

2025年度
決算説明会

株式会社 **TBSホールディングス**

本日はお忙しい中、ご参加頂きまして
誠にありがとうございます。
ただいまより、
TBSホールディングスの
2025年度決算説明会を開催いたします。

本日の出席者

代表取締役社長 CEO	阿部 龍二郎
代表取締役副社長	龍宝 正峰
専務取締役 CFO	玄馬 康志
取締役 CGO	中谷 弥生
(株)スタイリングライフ・ホールディングス 代表取締役 執行役員社長	北村 博之
(株)やる気スイッチグループホールディングス 代表取締役社長	高橋 直司

司会：出水 麻衣 (TBSアナウンサー)

本日のスケジュール

決算サマリー

専務取締役 CFO 玄馬 康志

TBSグループ中期経営計画2026アップデート
成長戦略の進捗

代表取締役社長 CEO 阿部 龍二郎

コンテンツの
タイムレスバリュー向上施策の進捗

代表取締役副社長 龍宝 正峰

質疑応答

3

本日のスケジュールです。
まず、TBSグループの
「決算サマリー」について
専務取締役CFOの玄馬より、

「TBSグループ中期経営計画2026アップデート
および成長戦略の進捗」について
代表取締役社長CEOの阿部より、

続いて、
「コンテンツのタイムレスバリュー向上施策の進捗」について
代表取締役副社長の龍宝より、ご説明いたします。

そのあと
皆様からのご質問には、
役員一同で回答する時間をとっております。
この機会にぜひ、ご質問ください。

本日のスケジュール

決算サマリー

専務取締役 CFO 玄馬 康志

TBSグループ中期経営計画2026アップデート
成長戦略の進捗

代表取締役社長 CEO 阿部 龍二郎

コンテンツの
タイムレスバリュー向上施策の進捗

代表取締役副社長 龍宝 正峰

質疑応答

決算サマリー

TBS

2025年度 決算

- ・ 連結全体では、**増収増益**。連結売上高としては、過去最高を更新。
- ・ メディア・コンテンツ事業は、視聴率の好調などによる放送収入の増収、配信広告収入の伸長により、**増収増益**。
- ・ ライフスタイル事業は、売上高は、やる気スイッチグループでの生徒数の拡大に加え、スタイリングライフグループのPLAZAやBCLが好調で、**増収**。一方、やる気スイッチグループで人件費が増加したことなどにより、**減益**。
- ・ 不動産・その他事業は、売上高は**前年並み**。また、費用の増加により、**減益**。

連結	2024年度	2025年度	前年差	セグメント別	外部売上			営業利益		
					2024年度	2025年度	前年差	2024年度	2025年度	前年差
売上高	406,700	424,850	+18,149	メディア・コンテンツ	296,242	312,237	+15,994	8,490	14,612	+6,121
営業利益	19,465	24,750	+5,284	ライフスタイル	93,576	95,724	+2,148	3,505	2,866	▲638
経常利益	31,604	37,373	+5,769	不動産・その他	16,881	16,888	+6	7,468	7,271	▲196
親会社株主に帰属する当期純利益	43,914	52,228	+8,313	調整額	-	-	-	0	▲0	▲1
				連結	406,700	424,850	+18,149	19,465	24,750	+5,284

5

(玄馬専務取締役CFO)

玄馬でございます、よろしくお願いたします。

まず、2025年度の連結決算ですが、

売上高は4,248億円で181億円の増収。

営業利益が247億円で52億円の増益でした。

なお、売上高および各利益レベルで、

ホールディングス化以降、過去最高となっています。

セグメント別に見ますと、

メディア・コンテンツ事業セグメントは、

TBSテレビの好調な放送収入、配信広告収入が牽引して、増収増益。

ライフスタイル事業セグメントは、

やる気スイッチグループの生徒数の伸長や

スタイリングライフグループの化粧品のヒットにより増収ながら、

人件費をはじめ、それ以上に費用が増加したため減益です。

不動産・その他事業セグメントは、ほぼ前年並みでした。

なお、2026年度の業績等につきましては、この後、社長の阿部から

「TBSグループ中期経営計画2026アップデート」の中でご報告します。

私からの説明は以上です。

本日のスケジュール

決算サマリー

専務取締役 CFO 玄馬 康志

**TBSグループ中期経営計画2026アップデート
成長戦略の進捗**

代表取締役社長 CEO 阿部 龍二郎

コンテンツの
タイムレスバリュー向上施策の進捗

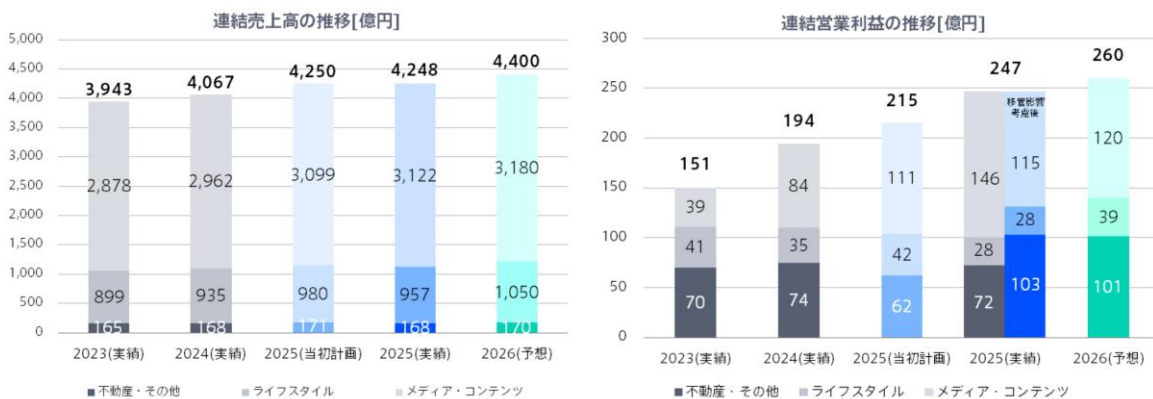
代表取締役副社長 龍宝 正峰

質疑応答

中期経営計画2026アップデート

売上高及び営業利益の進捗状況

- 2025年度は売上高4,248億円/営業利益247億円となり、対前年度で売上高+181億円/営業利益+52億円、対当初計画で売上高▲1億円/営業利益+32億円。
- 営業利益については、中計2026で掲げた目標を1年前倒して達成したため、中計2026をアップデート。2026年度は売上高4,400億円/営業利益260億円の予想。



7

(阿部代表取締役社長CEO)

阿部でございます。

昨日発表した

「TBSグループ中期経営計画2026」のアップデートについてご説明します。

2025年度の実績ですが、
2023年度以降、売上高、営業利益ともに順調に推移しており、
営業利益については、
2024年5月に発表した「中計2026」で掲げた目標を
1年前倒して達成することができました。

そのため、「中計2026」の最終年度である2026年度の計画は、
売上高4,400億円、営業利益260億円に改めます。

資本効率の向上を目指すKPI (ROIC) の進捗

- 中計2026より資本効率を意識した経営を推進するためにROICを指標として導入。
- 大型投資等の実施により、投下資本の拡大が先行している部分はあるものの、概ね計画通りに進捗。
- 次期中計からはセグメント別に資本効率を管理すべく、現在セグメントの見直しを検討中。

	2023年度 (実績)	2024年度 (実績)	2025年度 (当初計画)	2025年度 (実績)	2026年度 (予想)	2030年度 (目標)
売上高[億円]	3,943	4,067	4,250	4,248	4,400	5,500
営業利益[億円]	151	194	215	247	260	385
営業利益率[%]	3.85%	4.79%	5.06%	5.83%	5.91%	7.00%
ROIC[%]	2.6%	3.1%	3.2%	3.8%	3.8%	5.0%

収益基盤の再構成により、2030年度までにROIC 5%以上を目指します。

この業績の定量目標はもちろん、私たちが重視しているKPIは、資本効率を意識した経営を推進するために、「中計2026」から導入したROICです。

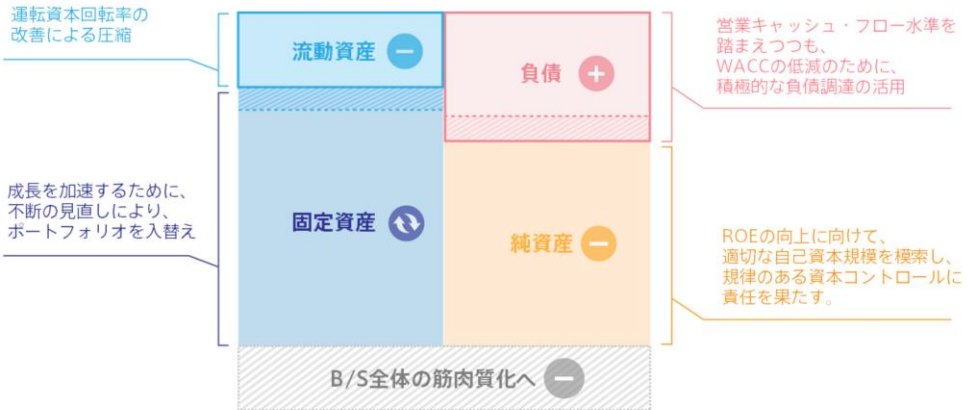
大型投資などの実施により投下資本の拡大が先行している部分はありますが、好調な業績を受けて、概ね計画通りに進捗しています。

そして、2027年度から始まる次期中計においては、セグメント別に資本効率を管理すべく、先行してセグメントごとの投下資本と負債調達の見直しなどに着手しています。

将来的に目指すB/Sの姿に向けた戦略的アプローチの推進

基本方針

引き続き、収益基盤の強化と積極的な成長戦略投資に最優先で取り組みつつも、資本効率を意識した経営をより一層推進するため、B/S全体の再点検を行い、筋肉質な体質にするための取り組みを加速。

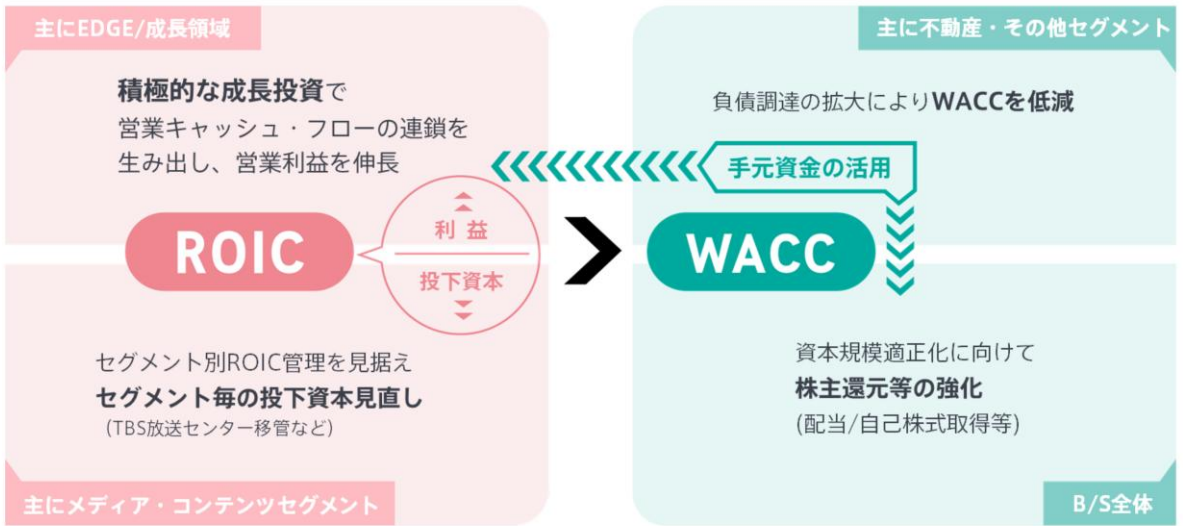


次期中計も見据えつつ、今年度からさらに資本効率を意識していくための方針について、ご説明します。

資本効率を意識する上で、バランスシート全体を筋肉質にしなければなりません。まず自己資本について、適正な規模を模索し、規律のある資本コントロールに取り組んでいきます。また、弊社はこれまで、負債による資金調達をあまり行ってきませんでした。今後はセグメントごとに適切なWACCの水準を設定するため、必要に応じて積極的な負債調達を実行します。

一方、運用サイドの固定資産については、成長を加速するため、「選択と集中」を進めることでポートフォリオを入れ替え、流動資産は、事業別に運転資本回転率を分析し、順次、改善施策を進める方針です。

資本効率を意識した経営の更なる推進に向けて



ROIC経営の解像度を上げて、
 持続的に企業価値を向上するカギは、
 WACCとのスプレッドを改善することです。
 そのために、積極的な成長戦略投資を通じた、
 EDGE戦略推進による利益貢献が最優先事項ではありますが、
 先ほど申し上げたような、
 セグメント別にバランスシートの複合的な改革を
 同時に進める必要があります。
 4月1日付けで、
 TBSテレビ保有の放送センターを
 TBSホールディングスへ移管したことも、その一環です。
 従来、放送センターの大部分は
 「メディア・コンテンツ事業セグメント」の資産でしたが、
 移管に伴い「不動産・その他事業セグメント」の
 投下資本として管理します。
 結果、「メディア・コンテンツ事業セグメント」は
 適切な賃料を負担した状況で収益目標を設定し、
 「不動産・その他事業セグメント」は
 投下資本に見合った収益目標を設定する、
 つまり、セグメントごとの目標管理の明確化が目的です

中期経営計画2026アップデート

キャピタル・アロケーションの更新

投資有価証券の売却が目標を超えること、及び、2027年度から真のROIC経営を推進するうえで、2026年度を「B/S右側の整理に着手するフェーズ」と位置づけ、キャピタル・アロケーション全体の見直しを実施

キャッシュ・イン

中計2026(計画) 今後の想定

キャッシュ配分



11

これらの方針のもと、2027年度からの本格的なROIC経営推進を見据えて、2026年度を「バランスシートの右側、すなわち、調達サイドの改善に着手するフェーズ」と位置付けたキャピタル・アロケーションの更新を行いました。まず、キャッシュ・イン側の負債調達ですが、赤坂二丁目・六丁目地区開発計画の調達を全面的に見直し、440億円から840億円に拡大します。投資有価証券の売却は、既の実施した4月分も含めて、1,100億円から1,350億円に変更します。そして、営業キャッシュ・フローですが、拡大に取り組んでいるものの、投資有価証券売却の拡大による税負担の増加などにより計画を下方修正します。ただし、成長投資のリターン、200億円はキープする見込みです。

一方、キャッシュ配分側の成長投資は1,600億円のままですが、放送高度化に資する大型の設備投資に対して、150億円を新規に割当てました。

株主還元は、「中計2026」の一部の前倒し達成も踏まえて、一旦、暫定的に引き上げた800億円から、さらに1,050億円規模まで増やします。

中期経営計画2026アップデート

中計2026アップデートにおける積極的な株主還元のポイント

- ROIC経営推進にあたって投下資本及び資本コストの管理に取り組む必要があること、並びに、コンテンツIP等への成長投資については、営業キャッシュ・フロー拡大の連鎖を生み出すまでに一定の時間を要する性質もあることも踏まえ、成長投資と株主還元を適切なバランスにより推進し、自律的な自己資本のコントロールに取り組む。
- 従来の配当方針は維持しつつも、キャピタル・アロケーションの見直しを踏まえ、当初計画より450億円（11月公表値よりも250億円）拡大、より積極的な株主還元を通じて、当社の企業価値及び株主の皆様の共同の利益を確保し、向上させる。



12

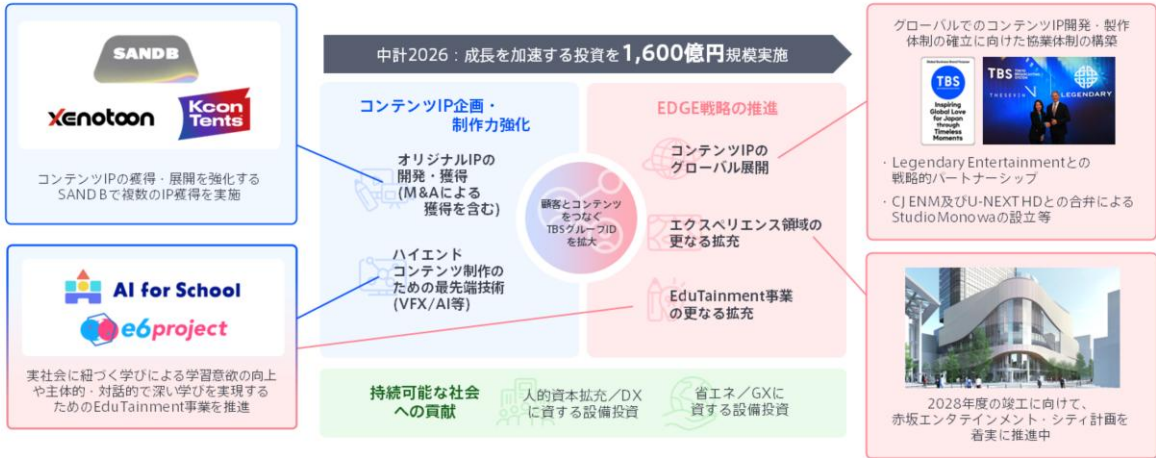
弊社は中長期的な成長を通じた利益の創出と、それに基づく株主還元を最優先事項としています。ただし、成長戦略投資によって営業キャッシュ・フロー拡大の連鎖を生み出すまでに一定の時間を要していること、「中計2026」の目標利益を前倒しで達成したこと、そして現預金が積み上がっていること、これらの現状を踏まえて、このアップデートでは、より積極的な株主還元を実施します。

具体的には、2025年度の期末配当を38円から49円に上方修正し、さらに2026年度は16円増配の年間配当100円とした上で、2026年度も360億円の自己株式を取得する予定です。これらの施策により、弊社の企業価値および株主の皆様の利益を向上させていきます。

EDGE戦略の推進に向けた取り組み

基本方針

コンテンツIPに「レバレッジ」を掛け、EDGEの成長を加速という方針のもと、コンテンツIPの強化、グローバル事業の展開「グローバルビジネス元年」に資する種まきをはじめとして、成長投資を積極的に推進中。



最後に、EDGE戦略の推進に向けた取り組みです。

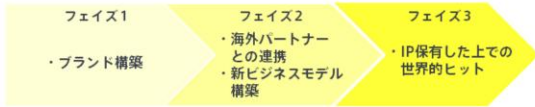
このように、「コンテンツIPにレバレッジを掛け、EDGEの成長を加速」するため、成長戦略投資に積極的に取り組んでいます。

続いて、具体的な成長戦略の進捗を3つご説明します。

2026年度の売上高は63億円超を見込む。
2027年度には、海外OTT向けの3作品の完成納品を含め、81億円を超える売上高を見込む。

THE SEVEN	2026年度 予想	2027年度 予想	単位 百万円
売上高	6,300	8,100	

THE SEVENの戦略フェイズ3つのうち、認知を広めブランド構築を図る「フェイズ1」から、海外のパートナーとの連携・共同制作や新たなビジネスモデルの構築を図り、利益も確保していく「フェイズ2」へ移行。



Disney+と共同開発契約を締結



フェイズ2の一環としてウォルト・ディズニー・ジャパンと実写ドラマシリーズの複数年にわたる共同開発契約を締結。国内撮影・日本語によるドラマをDisney+でグローバルに配信。

TBS x U-NEXT x THE SEVENグローバルプロジェクトドラマ「ちるらん 新撰組鎮魂歌」



スペシャルドラマ「江戸青春篇」 2026年3月26日・27日に地上波で2夜連続放送。
ドラマシリーズ「京都決戦篇」 3月27日より毎週金曜にU-NEXTで国内独占配信、5月9日よりHBO Maxで全世界配信開始。

Netflixシリーズ「国民クイズ」
2026年 世界配信



初のTHE SEVEN企画・制作のコンテンツ。伝説的カルトコミックを完全映像化。

Netflixシリーズ「俺のこと、なんか言ってた?」
2026年 世界配信



磯山晶PとNetflixとの5年契約の下で手掛ける最初の作品。宮藤官九郎オリジナル脚本。Netflixで世界独占配信予定。

まずは、グローバルビジネス「THE SEVEN」についてです。
2026年度から続々と大型の作品をローンチし、ラインナップを拡充していきます。
それにより、
26年度の売上高は63億円、27年度は81億円を予想しております。
4月には、
ディズニープラスと共同開発契約を締結しました。
ディズニーが、世界に向けた動画配信を前提に、日本の制作会社と長期的かつ継続的なコンテンツ開発契約を結ぶのは今回が初めてとなります。
これからも、
日本から、世界中を魅了する革新的なコンテンツを生み出し続けてまいります。

合併会社「StudioMonowa」設立

StudioMonowa

TBS

TBS、韓国CJ ENMおよびU-NEXT HOLDINGSと合併会社「StudioMonowa（スタジオモノワ）」を設立
日韓のクリエイティビティが交わる「StudioMonowa」から、世界と調和する次世代のグローバルIPを創出



名称	株式会社StudioMonowa
所在地	東京都港区西新橋二丁目7番4号CJビル
代表者	代表取締役社長 崔起容（チェ・ギヨン）
事業内容	映像コンテンツの企画、IPの取得・投資・開発等
資本金	12億5,000万円（資本準備金を含めた出資総額：25億円）
設立年月日	2026年4月10日
出資比率	CJ ENM 51%、TBSHD 40%、U-NEXTHD 9%

設立目的とビジョン

- 日韓の強みを掛け合わせた最高峰の制作体制を構築し、企画の初期段階からグローバル市場でのヒットを見据えた映像コンテンツをプロデュース。
- 単なる映像制作に留まらず、IPを保有し、作品から生まれたIPの展開も初期の段階より構想し、息の長い持続的な収益モデルを確立。
- 日本の原作資産やオリジナル企画に対し、地上波のみならずグローバルOTTでの展開を前提とした制作費を投じ、アジアから世界中を熱狂させるハイクオリティなエンタテインメントを届けることを目指す。

シナジー効果

- 制作・企画・流通の各分野で圧倒的な実績を持つ3社がワンチームになることで、シナジーを生み出す。
- CJ ENMが提供する世界基準の制作ノウハウに、TBSの企画力と演出力、IP二次展開の知見、さらに、国内最大級の動画配信プラットフォームを展開し、グローバル展開も加速させるU-NEXT HOLDINGSが加わり、より多角的な視点を得て、新たなエンタテインメントを創出へ。

15

TBS、韓国CJ ENM、U-NEXTホールディングスの3社で、
合併会社「StudioMonowa」を設立しました。

本事業の目的は、
制作から二次展開までを一貫して担う「総合IPビジネス」への転換です。
TBSの企画力と演出力、CJ ENMの世界基準の制作ノウハウ、
U-NEXTのプラットフォーム知見を融合し、
世界基準のクオリティを実現します。

単なる映像制作に留まらず、IPを保有し、
作品から生まれたIPの展開も初期の段階より構想し、
息の長い持続的な収益モデルを確立します。

日韓の知見を掛け合わせ、
アジア発の次世代グローバルIPを世界へ届けてまいります。

- ・ 知育・教育とエンタテインメントの融合「EduTainment」事業、2030年度までに400億円規模の売上※を目指す
- ・ 本事業の推進にあたり、教育ビジネスを牽引してきた山崎昌樹氏が特任執行役員として就任
- ・ デジタル/フィジカルの2軸で「映像とAI」をキーワードとし、サービス開発や事業インキュベーションを推進

※やる気スイッチグループなどを含む

特任執行役員（エデュテインメント事業化戦略担当）



山崎 昌樹

元 株式会社ベネッセホールディングス取締役
元 株式会社ベネッセコーポレーション取締役副社長

進行中のプロジェクト

AI for School

TBS独自の教育特化型生成AIツールが、文部科学省の「生成AI実証研究事業」に採択される。

全国6自治体13の公立小・中学校で実施し、2月に終了。JNN28局のニュースを集めた「TBS NEWS DIG」と「学校の授業」をAIで紐づけ、信頼性、安全性、エンタメ性を取り入れたAI学習環境を提供。

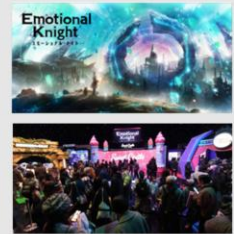
90%以上の生徒が学習理解度が向上したと回答。成果と課題をベースに更なる開発を進める。



e6 project

AIが浸透していく時代の中で、子どもたちがAIとの対話をもとに「自分で決める力」を育む次世代エデュテインメントを創出する、NTTとの共同プロジェクト。

オリジナルIP「感情騎士ーエモーショナル・ナイトー」の開発・展開と、世界観をリアルに体験できる常設拠点「AIテーマパーク（仮称）」の事業化を両輪とする。



118の元素をベースにするキャラクターが生息する魔法の世界が舞台「AKASAKA あそび！学び！フェスタ（3月）」にて体験ブースを展開

エデュテインメント事業についてご説明します。

ベネッセなどで教育ビジネスを牽引してきた山崎昌樹（やまさき・まさき）氏を特任執行役員に迎え、「映像とAI」を軸としたサービス開発を加速させます。

具体的には、文部科学省の実証事業に採択された「AI for School」で、ニュース素材を活用した信頼性の高い学習環境を提供します。

さらにNTTとの共同プロジェクト「e6 project」では、オリジナルIPを展開し、AIテーマパークの事業化も進めます。

デジタルとフィジカルの両輪で、子どもたちの「自分で決める力」を育む、新たな学びを創出してまいります。

SAND B



TBS

- ・コンテンツIPの獲得・マネタイズを目的とし**総額300億円**の投資枠を活用
- ・IP投資の第2弾としてゼノトゥーン社を子会社化 予定
IPビジネスの経験豊富な**川瀬好一氏**が率いる新進気鋭の次世代型スタジオ
SNSで人気を博する**安田現象氏**が率いる3Dアニメスタジオを有する
- ・アニメ事業を加速し、新規IPの発掘や育成に加え、**メガIPの獲得**も目指す

株式会社ゼノトゥーン



代表取締役 川瀬好一

- 経歴
- 株式会社ナムコ
(現: 株式会社バンダイナムコエンターテインメント)
 - ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社
 - 株式会社マーベル・エンターテインメント
 - 株式会社ホケモン
 - 2019年 株式会社ゼノトゥーン設立

「アニメで世界をハックする」をミッションに掲げ、クリエイター主導の制作体制と最新テクノロジーを融合させた次世代型アニメスタジオ。
SNS総フォロワー数630万人超を誇るアニメ作家・安田現象氏が率いる3DCGアニメスタジオやアニメクリエイター主導のマルチスタジオネットワークの構築により、SNSを起点としたショートアニメからTVシリーズ、劇場版まで、従来の制作スキームにとらわれない効率的な制作手法でのIP開発を行っている。

保有IP

【安田現象スタジオ by Xenotoon】
「メイクアガール」



「あやかしアラモード」



17

最後に、「SAND B」の取り組みについてです。

「SAND B」は総額300億円の投資枠を活用し、IPの獲得に加え、将来性のあるIPの発掘と育成を推進しています。

昨日リリースしましたが、次世代型スタジオ「ゼノトゥーン」を仲間に迎えることになりました。

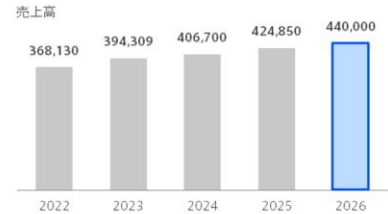
同社は、SNS総フォロワー数630万人を超える安田現象氏の3Dアニメスタジオを擁し、最新技術とマーケティング力を強みとしています。引き続き、アニメ事業を加速し、新規IPの発掘・育成に加え、メガIPの獲得も目指してまいります。

私からの説明は以上です。

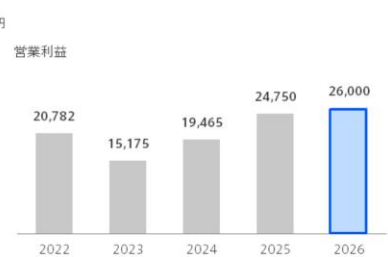
2026年度 連結業績予想

TBS

連結	2025年度実績	2026年度予想	前年差	単位: 百万円
売上高	424,850	440,000	+15,149	
営業利益	24,750	26,000	+1,249	
経常利益	37,373	39,000	+1,626	
親会社株主に帰属する当期純利益	52,228	48,500	▲3,728	



セグメント別	売上高			営業利益			単位: 百万円
	2025年度実績	2026年度予想	前年差	2025年度実績※	2026年度予想	前年差	
メディア・コンテンツ	312,237	318,000	+5,762	11,567	12,000	+432	
ライフスタイル	95,724	105,000	+9,275	2,866	3,900	+1,033	
不動産・その他	16,888	17,000	+111	10,316	10,100	▲216	
調整額	-	-	-	▲0	-	+0	
連結	424,850	440,000	+15,149	24,750	26,000	+1,249	



※セグメント別の2025年度実績の数値は、TBS放送センター移管後の数値に組み替えて算出。

18

(玄馬専務取締役CFO)

2026年度の業績予想について、1点、補足いたします。

先ほど、阿部社長が説明しましたとおり、
放送センターをTBSテレビから弊社へ移管したことに伴い、
メディア・コンテンツ事業セグメントから
不動産・その他事業セグメントに、
およそ30億円の営業利益が移ります。

こちらの表の2025年度の実績は、
その影響を考慮した数字に変更しています。

メディア・コンテンツ事業セグメントは、
TBSテレビの配信事業や事業部門はじめ非放送中心の伸長、
さらにTHE SEVENの納品数の増加により57億円の増収、
4億円の営業増益を見込みます。

ライフスタイル事業セグメントは、スタイリングライフグループの
新規事業による貢献が大きく、92億円の増収、10億円の増益。

不動産・その他事業セグメントは、若干の増収ながら、
工事費、保守費の増加により2億円の減益予想です。

補足は以上となります。

本日のスケジュール

決算サマリー

専務取締役 CFO 玄馬 康志

TBSグループ中期経営計画2026アップデート
成長戦略の進捗

代表取締役社長 CEO 阿部 龍二郎

コンテンツの
タイムレスバリュー向上施策の進捗

代表取締役副社長 龍宝 正峰

質疑応答

LTV4-59戦略の成果

※LTV4-59：男女4-59歳の個人視聴率

TBS

(※ []内は前年差 単位：%)

	全日	ゴールデン	プライム	ノンプライム
TBS	1.9 [+0.1] ↑	3.9 [+0.3] ↑	3.7 [+0.2] ↑	1.3 [0.0]
PUT	10.2 [▲0.4] ↓	19.1 [▲0.5] ↓	18.0 [▲0.6] ↓	8.0 [▲0.4] ↓

(2025/3/31～2026/3/29：週ベース)

(ビデオリサーチ調べ：関東地区)

強い曜日の増加

(前年差 単位：%)

火曜日			水曜日		
19時	THE神業チャレンジ	+0.3	19時	世界くらべてみたら	+0.8
20時	バナナサンド	+0.6	20時	それって実際どうなの会	+0.6
21時	マツコの知らない世界	+0.3	21時	ニノなのに	+1.1
22時	火曜ドラマ (4ドラマ平均)	0.0	22時	水曜日のダウンタウン	+0.5

編成戦略の成功により、G・P帯における強いレギュラー番組が増加

話題を呼んだドラマ

日曜劇場「リポート」



SNS上で考察合戦が繰り広げられ、視聴者参加型のイベントに派生

「じゃあ、あんたが作ってみよう」



配信ではTBS歴代1位の平均再生回数470万回を記録

東京2025世界陸上の成功

累計視聴人数

7,977万人

G帯 7.4% P帯 7.5%

陸上に関心の薄い層をも巻き込み、国民的熱狂と社会現象を創出。日本全国、全世代に届く「地上波の圧倒的なリーチ力」を示した。

20

(龍宝代表取締役副社長)

龍宝でございます。

私からはコンテンツのタイムレスバリュー向上に関する取り組みの進捗状況を説明させていただきます。

資料の20ページをご覧ください。まず、視聴率です。

TBSテレビでは、

広告主のニーズが高い4歳から59歳の視聴率獲得を目的に掲げていますが、こちらに記載しているようにPUTが低下している中、すべての時間帯で昨年を上回る視聴率を獲得しています。

同時に、ビジネスのカレンシーであるALLの視聴率もアップしており、

ビジネスニュースに貢献する視聴者を獲得することで

全体の視聴率を上げることができているという状況で、

我々が企図した戦略が順調に推移していると実感しています。

特に、火曜日、水曜日のレギュラーバラエティの好調に加え、

朝の情報番組「THE TIME,」が、数字を伸ばしております。

ドラマでは、火曜ドラマ「じゃあ、あんたが作ってみよう」が、

見逃し配信の平均再生回数がTBS歴代1位を記録。

また、日曜劇場「リポート」では、

SNS上で考察合戦が展開されるなど好評を博しました。

そして、昨年最も注力したのが「東京2025世界陸上」でした。
累計視聴人数は約8000万人、
Netflixが配信したWBCの倍以上の数字です。
今回の世界陸上では、人気番組との連動や情報番組での発信など
強力なプロモーションを実施し、
陸上に関心の薄い層をも巻き込み「社会現象化」させ、
8000万人の視聴体験に加え、
国立競技場に62万人もの観客を動員する熱狂を創出しました。
このように、圧倒的なリーチ力で、当該コンテンツに関心があまりない層にも
視聴・関心を促すパワーこそが、「テレビの力」と言えるでしょう。
大会終了後のアンケートでは、
陸上やスポーツへの関心が高まったというデータがあり、
実際の行動変容にも繋がっています。
このようなテレビの力を、広告主の皆様にもアピールしていきます。

コンテンツのタイムレスバリュー

TBS



配信 2年連続 TVer三冠達成

TVer **三冠達成**

「じゃあ、あんたが作ってみようよ」「水曜日のダウンタウン」

総再生回数	約10億9,200万回
UB数	約4,900万UB
総再生時間	約5億500万時間

6,000万回再生 (2025年度) | 1億2,000万回再生 (2025年度)

U-NEXT 課金ユーザー数515万人

- ・TBS×U-NEXT×THE SEVEN グローバルプロジェクト「ちるらん 新撰組鎮魂歌」
- ・2夜連続地上波放送後、U-NEXTにて独占配信
- ・5/9よりHBO Maxを通じて世界配信



イベント 番組派生のイベント好調

「ラヴィット! ロック 2025」「CDTVライブ!ライブ! 春の大感謝祭2026」「リポート 裏切り者サミット」



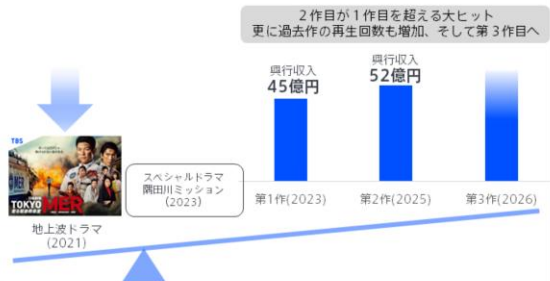
映画

劇場版「TOKYO MER ~走る緊急救命室~南海ミッション」 「映画ラストマン -FIRST LOVE-」

ドラマ派生映画
大ヒット継続中



コンテンツの拡張事例「TOKYO MER」



次のページにお進みください。

我々は、このような「強いテレビ」を実現したうえで、

コンテンツを長く多くの人に愛していただく

「タイムレスバリュー」の拡大も狙っています。

配信では、TVerの再生数が前年比で10.2%増の10億9200万回と拡大しました。

パートナーシップを結んでいるU-NEXTは515万と着実に会員数を伸ばし、

その中でもTBSコンテンツが多くの方に視聴されているというデータがあります。

この3月に2夜連続で放送し、続編をU-NEXTで配信している「ちるらん」は、

U-NEXTでのランキングもTOPを獲得し、

さらにはHBO Maxで世界へも配信を実施するなど

壮大なプロジェクトを進めています。

そして映画では地上波ドラマ派生映画の大ヒットが続いています。

特に昨年夏に公開した「TOKYO MER~南海ミッション」では、

1作目を超える興行収入52億円の大ヒットを記録。

さらに、今年も夏に第3弾の「CAPITAL CRISIS」を公開します。

これも大きな期待ができる作品となっています

このようなプラスの循環こそが、私たちが目指す価値の最大化です。

これからも、地上波で火を灯し、配信、映画、イベントなどへとその熱を広げ、

時代を超えて世界の人々に愛される、

「タイムレスバリュー」を創り出していきます。

メディア環境

単位：百万円
(※ [] 内は1段目が前年差、2段目が前年比)

TBSテレビ	2024年度	2025年度	2026年度 予想
放送収入	163,620 [+4,252] [+2.7%]	176,063 [+12,443] [+7.6%]	173,500 [▲2,563] [▲1.5%]
タイム	81,264 [▲325] [▲0.4%]	88,650 [+7,386] [+9.1%]	85,800 [▲2,850] [▲3.2%]
スポット	82,355 [+4,578] [+5.9%]	87,413 [+5,057] [+6.1%]	87,700 [+286] [+0.3%]
配信広告収入	12,048 [+3,805] [+46.2%]	14,312 [+2,264] [+18.8%]	17,200 [+2,887] [+20.2%]

2025年（1月～12月）の広告費

地上波テレビ	前年比 ▲0.1%
テレビメディア関連動画広告	前年比 +23.3%

※出典：「2025年 日本の広告費」

TBS

2026年度 編成予定スポーツ単発

(毎年度編成するものを除く)

アジア大会 愛知・名古屋

32年ぶりの日本開催！
4年に一度のアジア最大のスポーツ
の祭典を生中継。
開催期間：9/19-10/4



日曜劇場「VIVANT」続編

日曜劇場「VIVANT」続編が7月放送
開始！2クール連続放送が決定。

続編放送に先駆けて、
2023年放送の「VIVANT」を
TVer、TBS FREEで期間限定配信。



次のページです。

25年度の放送収入は、視聴率向上に伴って7.6%の増収となり、
中計目標の早期達成にも貢献いたしました。

26年度の見込みですが、

タイムは、レギュラーセールスは好調な視聴率を背景に堅調ですが、
大型単発番組の規模差で全体ではマイナスを見込んでいます。
スポットでは、フジテレビへの出稿再開による反動減は懸念材料ですが、
好調な視聴率を背景に前年並みは確保できると考えております。
但し、イラン情勢による原油高などの影響が出始めています。
少なくとも第1四半期は軟調な滑り出しとなる見込みですが、
下期以降の市場の回復に期待をしています。

また、配信広告収入は、TVerのプラットフォームとしての成長も鑑み、
2026年度も引き続き約20%の成長を見込んでおります。

最後に、今年度のコンテンツの最大の目玉としては、
「アジア大会愛知・名古屋」と「VIVANT」の続編があります。
昨年、世界陸上で実感したスポーツのすばらしさを、
今年名古屋からお届けします。

そして、多くの視聴者が期待していただいている「VIVANT」の続編を7月から2クール連続で第1作をはるかに超えるスケールでお送りいたします。このドラマでは、TBSのオリジナルIPとして、タイムレスバリューに繋がるマルチ展開も拡げていきますので、この新しい展開にもご注目ください。

私からの説明は以上です。